关于县级融媒体中心建设要点的思考

摘　要：县级融媒体中心是机构改革与媒体转型背景下传播模式的升级，鉴于目前并无固定统一建设模式，各地都在积极探索。目前，该项工作存在专业人才匮乏、内容稀缺等共性问题。本文展开如何把握县级融媒体中心建设探讨，以期为更多参与此项工作的同行提供参考。
关键词：县级融媒体中心；融合发展；媒体再造；改革
中图分类号：G206　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2018）12-027-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.12.007

文 / 滕继濮

前言

随着近期中央全面深化改革委员会第五次会议审议通过《关于加强县级融媒体中心建设的意见》，各地加快建设步伐，县级融媒体中心迎来空前的高速发展期。无疑，对于进入“严冬期”的传统媒体，或者处于飞速进化阶段的新媒体，县级融媒体中心的发展都是一次发展良机。但面对这个空前利好，该如何把握？县级融媒体中心该如何定位？如何激活现有资源？都是值得深入思考的问题。

1. 县级融媒体中心再造媒介形态

从媒体层面来看，县级融媒体中心是在机构改革和媒体转型宏观背景下提出的一种传播模式的升级，其灵魂是机制创新，为我国基层媒体带来形态乃至内涵的改变。

首先是媒体资源有机整合。在县级融媒体中心，各种媒体手段充分融合，电视台、数字广播、网站、“两微一端”等皆集成至移动门户，这样可实现新闻素材一次性采集、多维度编辑、全渠道发布，进而实现媒体全覆盖，也避免了媒体资源的浪费。

其次，再造媒介形态。多渠道协同，不仅能整合内容产品，也必然会推动策划、采编、发布等媒体运作流程的再造；县级融媒体中心建设，势必要求与基层各方紧密结合，尤其是大量不同背景人才的参与，为新闻资讯生产带来新模式；更多社会力量的加入和技术共享，也可反哺媒体，固本生根，夯实舆论阵地。

第三，创新深化媒体服务。今年 9 月，在浙江长兴召开的县级融媒体中心建设现场推进会上，强调要努力把县级融媒体中心建成主流舆论阵地、综合服务平台和社区信息枢纽。从中可看到，除了信息属性，县级融媒体中心还被加以服务功能，赋能地方政务服务。

第四，如将区域范围内网站、微信公众号、个人微博等都纳入以县级融媒体中心牵头的管理系统，可实现内容监管，再引入大数据分析应用后，还可实现重点舆情监测与处理。

2. 县级融媒体中心建设无固定模式

根据媒体资料，我国有超过 2800 个县级行政区，涵盖逾 4000 家县广播电视台、报纸、网站和 600 多个客户端等。按照中央部署，2018 年全国启动 600 个县级融媒体中心建设，2020 年底基本实现全国覆盖。

2. 1 各地县级融媒体中心建设情况

据不完全统计，截至 2018 年 12 月中旬，各地建设情况为：目前，云南广播电视台“七彩云”融合媒体云平台，已打通省、州市、县（市区）级广电媒体；

北京各区全部完成区级融媒体中心建设；天津区级融媒体建设已整体启动，进入统一整合提升阶段；

福建全省县级融媒体中心在 2018 年底前统一对外挂牌、集中办公；吉林依托“天池云”融合生产平台、融媒体指挥中心，2019 年底前完成全省范围内所有县级融媒体中心搭建；

江西出台《江西省县级融媒体中心评估办法（征求意见稿）》及《县级融媒体中心建设指导手册（试行版）》，明年 6 月份欲实现全省“一张网、一朵云”全覆盖；广东归并县域内所有报纸、内部资料性出版物、广播电视台及所办新媒体，组建一个“大机构”，构建全省“一张网”；广西在 2018 年 12 月底前在 26 个试点县（市、区）要完成融媒体中心建设任务，2019 年 12 月前实现县级融媒体中心在全区其余 71 个县（市）全覆盖。

其他地区也在全面贯彻落实全国宣传思想工作会议精神，依托当地资源，扎实推进县级融媒体中心建设。

2. 2 顶层设计因地制宜

纵览全国各地情况，建设县级融媒体中心，目前并无固定统一建设模式，各地都在积极摸索。

当前普遍做法为，将县级广播电视台、网站、内部出版物、客户端、微信公号及微博等所有县域媒体资源整合，按“中央厨房”模式一体化运作。建设形式：其一为依托当地媒体资源整合，典型代表为浙江长兴传媒集团；其二为借力高层级传统媒体和媒体技术公司，实现融合，如云南广播电视台的“七彩云”平台是该省唯

一开始运营的融媒体核心平台，北京各区则是与人民网、新华网、人民日报媒体技术公司等合作。

但无论采取何种模式，县级融媒体中心建设首先要顶层设计，然后因地制宜结合基层创新，才可制订符合媒体融合发展规律的实施方案。

3. 县级融媒体中心建设四个要点

虽然存在专业人才匮乏、资金短缺、内容稀缺等共性问题，各地发展状况又有不同，但部分先行先试者的探索实践提供了很多有价值的启示和借鉴。笔者认为，若想寻得县级融媒体中心建设的要义，把握好以下四个“点”，或许可以找到思路。

3.1 把握“战略制高点”

把握住县级融媒体中心的核心职责，就把握住了战略制高点。县级融媒体中心建设是增强内部活力、做好基层媒体巩固扩大基层舆论阵地、做好基层服务、以最高效率构筑起党和人民群众信息沟通“最后一公里”的必然举措。这背后，宣传思想工作就是中心点之所在。

2018 年 8 月召开的全国宣传思想工作会议上指出，建设具有强大凝聚力和引领力的社会主义意识形态，是全党特别是宣传思想战线必须担负起的一个战略任务。要把握正确舆论导向，提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力，巩固壮大主流思想舆论。要加强传播手段和话语方式创新，让党的创新理论“飞入寻常百姓家”。

县级媒体是在党领导下的基层媒体，其主要任务就是巩固扩大基层宣传思想文化阵地，围绕这一核心任务开展工作，就把握住了县级融媒体中心建设的核心职责。

3.2 寻找“着力点”

“从群众中来，到群众去。”在媒体如此发达的当下，县域媒体如何吸引本地用户注意力，并增强其使用黏性，这需要一个合适的着力点。全国宣传思想工作会议上提出，要扎实抓好县级融媒体中心建设，更好地引导群众、服务群众。要将用户的信息需求附着在其政务需求乃至生活、消费需求上，就切中了这个着力点。

县级融媒体中心的定位不应只是新闻发布平台，还可以是县域综合信息服务平台或公共服务平台，通过当地“资讯 + 政务 + 服务”，面向群众提供方便快捷的各种服务，由此成为百姓生活助手。不乏这样的例子，如重庆江津新闻网的手机版“在江津”，打造了本土生活服务及新闻资讯集成，吸引了 898 个商家入驻，涵盖生活服务各板块，单日最高访问量达 5.6 万人次；云阳报智慧云阳 APP 成为当地唯一可缴纳水电气费的 APP；四川仁寿县融媒体中心开设了“有奖爆料平台”，发红包对网民反映问题给予奖励，并及时将问题移交相关部门办理。

通过整合政务服务，县级融媒体中心不仅可以留住基层用户，守住基层舆论阵地，还可以推动治理手段的现代化。如此一来，县级融媒体中心建设不仅打通了媒体融合的“最后一公里”，更是打通了党和人民群众密切联系的“最后一公里”。

3.3 击破“内容痛点”

囿于地域局限以及外部媒体竞争，内容缺乏将成为限制县级融媒体中心发展的最大瓶颈之一，这是一个亟待击破的痛点。

面对内容聚合平台、内容分发平台的飞速发展，交互技术、传播技术的不断更新，原创内容制作始终是最重要的一环——内容生产永远处于整个传媒价值链的上游位置，做好内容方能在应对各类挑战中立于不败之地。

提供优质内容包含两个方面：一是立足当地特色，结合本地资源，充分挖掘出与地方特色之间的结合点，在此基础上，加强传播手段和话语方式创新，从理念、形式上创新表达；二是，充分引智引渠道，将区域外海量的优质内容对接至本地平台，这样不但可以丰富平台内容，内容制作方也愿意看到其产品通过“毛细血管网络”达到全国每个角落，落地生根。

3.4 攻克“机制难点”

县级融媒体中心建设，不是各个媒体端口的简单捏合，是县级媒体传播流程的重构，更是体制与机制的创新。

承接原有架构，不能承接遗留问题，县级融媒体中心建设要按照中央的部署要求，从组织机构、薪酬激励、人才转型、事企分开等多个方面入手，找准自身定位，重建融媒体中心运行机制，通过新的体制机制和运作模式激活融媒体中心活力。媒体融合是新形势下媒体发展的必然结果，通过体制机制的全方位改革创新，进而实现舆论引导的统一、传播竞争力的提升。

结语

县级融媒体中心建设将改变我国基层媒介形态。不仅能带来内容的整合，也必然会推动媒体运作流程的再造。这一举措也意味着推进媒体融合工作重点从省以上媒体延伸到基层媒体、从主干媒体拓展到支系媒体，支系媒体的改革将促进国家媒体体系的全盘激活。在转型过程中，围绕宣传思想工作这一核心任务实施，把握住整合服务这一着力点，加强内容建设，激活机制，就能开启县级融媒体中心建设的新阶段。媒

参考文献

[1] 高贵武，刘娟 . 内容依旧为王：融合背景下的媒体发展之道 [J]. 电视研究，2015（4）：27-30.

[2] 郑宁 . 媒体融合趋势下，县级融媒体中心建设的六个要点 [J]. 广电时评，2018（11）：15.

[3] 龚克 . 扎实抓好县级融媒体中心建设 [N]. 中国新闻出版广电报，2018（9）：7.

（作者单位：科技日报社）